

Universidad del Salvador
Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social
Licenciatura en Periodismo

Tesis monográfica

Fragmentación y sensacionalismo en el periodismo televisivo
*Análisis de los programas de noticias **Telenoche** y **América Noticias***



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Realizada por: Macarena Núñez
Directora de la Carrera de Periodismo: Prof. Lic. Erica Walter
Tutor de la Tesina: Máximo Paz
Asignatura: Seminario de investigación periodística
Cátedra: Prof. Dr. Daniel Sinópoli y Prof. Lic. Erica Walter
Buenos Aires, Argentina, 27 de febrero del 2006

Abstract

La falta de rigurosidad en la elaboración de la información televisada y de su manipulación unida a la búsqueda de intereses comerciales, transmite al televidente una realidad que se presenta, en cierto modo, fragmentada, distorsionada. Los mecanismos que permiten plasmarla son la utilización del sensacionalismo, la fragmentación y la espectacularización de la noticia y la utilización de periodistas emblemáticos para esa comunidad.

En la presente tesina todos los contenidos elaborados permiten estructurar el marco teórico que luego será corroborado en el análisis del caso. Allí se aborda el estudio detallado de dos noticieros televisivos reconocidos de la Argentina, que tras ser analizados en forma comparativa durante una semana, permiten afirmar la pérdida de rigor informativo, la utilización de la ficcionalización de la noticia como estrategia recurrente y el alejamiento de los principios éticos de la profesión periodística.



Palabras Claves

Televisión, Periodismo, Información, Noticiero televisivo, Noticia, Ficcionalización

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Índice general de contenidos

I.	Introducción	Pág. 9
II.	Desarrollo	Pág. 13

Capítulo 1. De lo nuestro, lo mejor

1.1	El noticiero televisivo.....	Pág. 14
1.2	Breve historia de la televisión en Argentina.....	Pág. 14
1.2.1	Breve historia de los noticieros argentinos actuales.....	Pág. 16
1.2.2	Relación con los noticieros argentinos actuales.....	Pág. 21
1.2.3.1	Características de la <i>Neotelevisión</i>	Pág. 21
1.2.3.2	Información y Ficción.....	Pág. 24
1.3	Estructura.....	Pág. 25
1.4	Rutinas productivas.....	Pág. 28
1.4.1	Recolección del material informativo.....	Pág. 29
1.4.2	Las fuentes de información.....	Pág. 30
1.5	La Noticia.....	Pág. 36

Capítulo 2. La ética y la objetividad periodística en la construcción social de la realidad

2.1	Ética	Pág. 39
2.2	Deontología profesional	Pág. 40
2.3	Ética de la imagen	Pág. 43
2.4	Objetividad periodística	Pág. 45
2.4.1	La objetividad periodística en televisión	Pág. 48
2.5	El periodismo como servicio social	Pág. 48
2.5.1	Roles y funciones del periodismo	Pág. 51
2.5.1.1	Teoría Tradicional Liberal	Pág. 51
2.5.1.2	Teoría de la Responsabilidad Social	Pág. 53
2.6	La construcción de la realidad social	Pág. 54
2.7	La televisión como fuente de socialización	Pág. 62

Capítulo 3. El show de las noticias: Sensacionalismo y Espectacularidad

3.1	La información en televisión	Pág. 64
3.1.1	El código	Pág. 65
3.1.2	El contenido.....	Pág. 65
3.1.3	El lenguaje de la información	Pág. 70
3.2	La elaboración de las noticias	Pág. 71
3.3	La noticia como espectáculo	Pág. 77
3.3.1	Puesta en escena de la noticia	Pág. 80
3.4	Retórica y manipulación masiva.....	Pág. 81
3.5	El sensacionalismo	Pág. 84
3.5.1	Postura del televidente frente al sensacionalismo	Pág. 89
3.6	La espectacularización de la realidad	Pág. 93

Capítulo 4. El discurso y el lenguaje del noticiero televisivo

4.1	El discurso televisivo	Pág. 93
4.2	El discurso en los noticieros	Pág. 95
4.3	El contrato de lectura del noticiero periodístico	Pág. 97
4.4	La noticia periodística	Pág.100
4.4.1	Producción de la noticia periodística	Pág.100
4.5	La construcción del significado	Pág.102
4.6	La incorporación mental de las noticias	Pág.104
4.7	Transmisión de ideologías	Pág.107
4.7.1	Actitudes e ideologías	Pág.109
4.7.2	Racismo y discriminación	Pág.110
4.7.3	Dominación	Pág.111

Capítulo 5. La violencia televisada

5.1	La violencia en televisión.....	Pág.116
5.2	Definición del concepto de violencia	Pág.116
5.2.1	Conceptualización: el contenido violento emitido en televisión	Pág.117
5.3	Avances en las investigaciones sobre la violencia en televisión	Pág.118
5.4	Teorías sobre la violencia televisada y sus efectos en el receptor	Pág.120
5.4.1	Teoría del cultivo de George Gerbner	Pág.123
5.5	Análisis de casos: Los efectos de la violencia en televisión.....	Pág.126
5.5.1	Estudios a escala mundial: Estudio Global de la UNESCO	Pág.126
5.5.2	Estudios a escala nacional: Investigación del COMFER	Pág.128
5.6	La construcción de las noticias violentas	Pág.130
5.7	El relato policial	Pág.133
5.8	La transmisión de las noticias violentas o dolorosas	Pág.135
5.8.1	Efectos beneficiosos	Pág.136
5.8.2	Efectos perjudiciales	Pág.138
5.9	Casos significativos de la violencia televisada	Pág.139

Capítulo 6. “Lo que hay que saber está en Telenoche”

6.1	Análisis del corpus de investigación: Casos <i>Telenoche</i> y <i>América Noticias</i> . Una aproximación pragmática	Pág.142
6.2	Análisis del corpus de investigación: estudio realizado “Día por día”.....	Pág.147
6.3	“El caso Conzi”.....	Pág.153
6.4	Conclusiones	Pág.158

III.	Conclusión	Pág.162
IV.	Glosario	Pág.166
V.	Bibliografía	Pág.171
V.i	Artículos periodísticos	Pág.176
V.ii	Material consultado en Internet	Pág.177



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Índice de tablas

Anexo

América Noticias : Planilla 1	P. III
América Noticias : Planilla 2	P. IX
América Noticias : Planilla 3	P. XVI
América Noticias : Planilla 4	P. XXV
América Noticias : Planilla 5	P. XXXII

Telenoche : Planilla 6	P. XL
Telenoche : Planilla 7	P. XLVIII
Telenoche : Planilla 8	P. LIV
Telenoche : Planilla 9	P. LXIII
Telenoche : Planilla 10	P. LXX



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

El periodismo televisivo en ocasiones no presenta los hechos con suficiente objetividad, hecho por el cual generan un efecto distorsivo de la realidad. A través de la presente tesis monográfica se intentará demostrar que la forma en que esa distorsión se plasma es a través de la pérdida de rigor en la información desarrollada y mediante la falta de ética de los grupos informativos que utilizan al noticiero y a sus periodistas como instrumentos en favor de sus propios intereses marcando una falta a los principios profesionales del periodismo.

La metodología de investigación se hará sobre la base de la determinación de un marco teórico que se aplicará en el análisis de un corpus de investigación constituido por la observación de dos noticieros televisivos argentinos: *Telenoche* y *América Noticias*. Para verificar la hipótesis se observará: el modo de presentación de una gran cantidad de información emitida en lapsos breves, la utilización de recursos sensacionalistas, de elementos de espectacularización y otros que producen una desviación del objetivo principal que deberían tener, que es informar.

Los objetivos planteados a alcanzar en la presente tesina son:

Describir el desarrollo histórico de los noticieros en Argentina para reconocer las características en la que se enmarcan los dos casos analizados.

Reseñar los principios fundamentales de la ética desde la visión de los comunicadores sociales.

Conocer los pasos a seguir para la puesta en funcionamiento de un informativo televisivo.

Analizar la elaboración del discurso televisivo y detectar los mecanismos que llevan a la deformación de éste.

Interpretar la influencia que el noticiero tiene en la construcción de la realidad social.

Profundizar el análisis de la violencia televisada como un ejemplo clarificador de los abordajes informativos.

Demostrar, mediante el análisis crítico de dos casos puntuales, el fenómeno de la pérdida de rigor en los contenidos y la falta a los códigos deontológicos que normativamente organizan las pautas éticas del periodismo.

Para lograr el desarrollo de las objetivos mencionados se tendrán en cuenta los siguientes marcos teóricos:

La *teoría de la manipulación de la información televisada* desarrollada por Lorenzo Vilches (1989) quien estudia la construcción simbólica de la realidad a la luz de la manipulación, observando la metodología utilizada y las rutinas productivas para conciliarlas con la semiótica de la imagen. Asimismo, se abordará la *teoría del discurso* postulada por González Requena que estudia el sistema semiótico televisivo, a partir de la programación como discurso.

A través de la *teoría del circuito de la comunicación* de Jakobson, de la *teoría de la enunciación* de Benveniste, del trabajo de Ducrot y Todorov y del contrato de lectura del noticiero periodístico de Eliseo Verón se intentará exponer el proceso de construcción del mensaje que se transmite en el informativo televisivo.

Por otro lado, para analizar los efectos que produce la violencia televisada sobre el espectador se desarrollará el análisis cronológico de las siguientes teorías: *teoría social del aprendizaje*, *teoría del reforzamiento*, *teoría de la catarsis*, *teoría de la estimulación elemental*, *teoría de condicionamiento clásico*, *teoría de sensibilización*, *teoría de desensibilización*, *teoría de habituamiento*, *teoría de los efectos cognitivos*.

En forma particular se desarrollará la *Teoría del Cultivo* de George Gerbner para conocer la relación que se puede establecer entre la presencia de contenidos violentos en televisión y la violencia social.

Es necesario destacar que se tuvo como referencia a importantes trabajos de investigación realizados por estudiosos de los medios de comunicación social: Umberto Eco con sus aportes sobre la *Neotelevisión*; Teun A. Van Dijk en relación con el análisis de las noticias; Maury Green sobre el periodismo en televisión; Manuel Roglán sobre las funciones que este medio cumple; Fernández Pedemonte con su aporte respecto de la temática de la violencia en los medios y la cobertura informativa de los relatos policiales y, por último, John Searle, P. Berger y T. Luckman en lo referido a la construcción social de la realidad.

A lo largo de los seis capítulos se abordarán las siguientes temáticas:

En el primer capítulo se describirán la evolución histórica de la televisión argentina y el análisis del proceso de elaboración del noticiero televisivo.

En el segundo capítulo se desarrollarán los conceptos pertinentes a la ética y a la deontología del periodista, con su correspondiente accionar en los medios de comunicación y el análisis de la construcción social de la realidad.

Por otra parte, en el tercer capítulo se abordará el desarrollo de la información en televisión y se analizarán los indicadores que la deforman, entre ellos: el sensacionalismo, la fragmentación, la espectacularización y el culto a la personalidad del periodista.

En el cuarto capítulo se analizarán el discurso televisivo a través del circuito comunicativo, la enunciación del discurso, el contrato de lectura del noticiero, la construcción del significado y, por último, la transmisión de ideologías y la dominación ejercidas sobre el televidente. A continuación, en el quinto capítulo, se avanzará sobre el análisis de los contenidos violentos desarrollados en televisión. Para ello se partirá de la definición del concepto de violencia, se analizarán las principales teorías aceptadas en el mundo actual y se realizará el análisis de dos casos: UNESCO y COMFER, para corroborar los conceptos desarrollados.

Por último, en el sexto capítulo se analizará el corpus de investigación compuesto por los dos noticieros televisivos seleccionados, *América Noticias* y *Telenoche*, como una forma de aproximación pragmática a la mirada crítica de los informativos de Argentina. Para el estudio de caso se grabaron las emisiones diarias de ambos programas durante la semana comprendida entre el lunes 17 al viernes 21 de octubre, se elaboraron planillas de registro de información y conclusiones a la luz de los contenidos teóricos desarrollados en los capítulos anteriores.

De esta forma, la hipótesis a comprobar se enuncia de la siguiente manera:

La rutina común de los noticieros televisivos Telenoche y América Noticias, caracterizada por muchas informaciones emitidas de manera fragmentada y sazonadas con recursos sensacionalistas y elementos de espectacularización, produce una pérdida de rigor en los contenidos y se constituye así en una falta a los principios éticos del periodismo.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Desarrollo



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

De lo nuestro, lo mejor

1.1 El noticiero televisivo

1.2 Breve historia de la televisión en Argentina

El surgimiento de la televisión en Argentina se remonta a la etapa final del primer gobierno de Juan D. Perón cuando Jaime Yankelevich, a instancias de Eva Perón, dota al país de un sistema de transmisión que debuta el 17 de octubre de 1951 con la emisión del acto del Día de la Lealtad: *“Un transmisor de 42 kilovatios, cinco metros de antena, una reforma al edificio de Obras Públicas y siete mil televisores fueron el puntapié inicial de la TV Argentina, cuya primera imagen fue la de Evita, su inspiradora”*.¹

Durante la década del '50 la televisión Argentina da, con Canal 7, sus primeros pasos y así comienza el desarrollo del medio. La población comienza a tener contacto con él, nacen los nuevos profesionales y algunos ascienden, lentamente, a la categoría de estrellas.

La primitiva estructura tuvo al Estado como titular del servicio pero, comercialmente, muchos espacios fueron “loteados” y cedidos a anunciantes con poder de decisión sobre estos. De esta manera, comenzaron a desarrollarse importantes movimientos privados autónomos. Hacia el final de la década se creó el marco legal para el surgimiento de la televisión privada que nació en noviembre de 1957, durante la presidencia del General Aramburu por la aprobación del decreto 15.460.

¹ Sirvén, Pablo; *Quién te ha visto y quién TV: Historia informal de la televisión argentina*, Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 1998, p. 82.

La década siguiente vería crecer a la televisión gracias a la iniciativa privada por parte de capitales nacionales e internacionales: el 9 de junio de 1960, Alejandro Romay da origen a la primera onda privada de Buenos Aires (Canal 9) que contaba técnicamente con el apoyo de la productora Emelco-Lowe y, económicamente, con el de la NBC.

El primero de octubre de ese mismo año, Goar Mestre con el respaldo de la CBS funda *Proartel* y Canal 13 y el 21 de julio de 1961, surge Canal 11 con el apoyo de la cadena norteamericana ABC.

A mediados de esa década Romay se quedaría con el predominio de Canal 9; Editorial Atlántida (y la familia Vigil) con el de Canal 13 y Editorial Sarmiento con el de Canal 11.

*“Los años ‘60 fueron de gloria para la TV privada ya que en esa época se dieron sus mayores éxitos y el nivel de competencia entre las emisoras más importantes fue muy alto, aun cuando para lograrlo cayeron en la mediocridad”.*²

La década del ‘70 trajo, el 10 de octubre de 1973, un golpe inesperado: el vencimiento y caducidad de licencias que culminaría en 1974 con la estatización definitiva de los canales que perduraría durante todo el periodo de los gobiernos peronista (1973-1976) y de facto (1976-1983).

La situación comenzó a revertirse en la etapa final del Proceso de Reorganización Nacional:

*“Cuando el 15 de Noviembre de 1980 se dio a conocer la Ley 22.285 de Radiodifusión firmada por Jorge Rafael Videla, y algo más tarde el Plan Nacional de Radiodifusión pareció que culminaba la etapa férrea y monopólica de la TV estatal”.*³

De esta manera, Alejandro Romay recuperó su permiso que se hizo efectivo en 1984 y partir de 1987 Héctor Ricardo García se hizo cargo de la programación de Canal 2.

² Ibídem, p.83.

³ Ibídem.

1.2.1 Breve historia de los noticieros argentinos actuales

En la etapa inicial de la televisión, la política tuvo una gran ingerencia; eran tiempos de un gobierno de facto donde la prensa era condicionada y la información recortada de acuerdo a los intereses de los gobernantes de turno. De allí que los noticieros no tuvieran, en los primeros años de desarrollo del medio, una duración importante en la programación. La producción de los mismos era escasa debido a que desde la autoridad gubernativa se planteaban qué informaciones dar y cómo expresarlas.

De acuerdo con Eliseo Verón

*...un antecedente de los informativos de televisión fue Sucesos Argentinos (1961, Canal 11)...modelo clásico que consistía en una especie de montaje de imágenes compuesto por una serie de capítulos, generalmente comentados por texto o por una voz que refería los acontecimientos sobresalientes de algo.*⁴

En esta primera etapa se destaca *El Reporter Esso* que se emitía por Canal 11 a la medianoche y duraba apenas quince minutos, conducido por Armando Repetto. El esquema de información era riguroso y serio.

En el resto de los canales no duraban más de treinta minutos. Otro antecedente podría ser:

*El Telenoticiario de Canal 7 conducido por Carlos D'Agostino, que ostentaba ciertos elementos informales como hacerse acompañar por bonitas secretarias, sin olvidar a Héctor Catarusa "el hombre del clavel", a cargo del boletín meteorológico.*⁵

En 1966 el género sufre una variante importante gracias a la participación de Carlos Montero quien intentó recrear un noticiario siguiendo el modelo de la televisión americana. Así surgió *Telenoche*, conducido por Mónica Mihanovich y Andrés Percivale, emitido por Canal 13. Fue uno de los primeros en innovar dentro de este género. Este acontecimiento podemos considerarlo como el punto de partida del show periodístico en la televisión Argentina. *"La dupla Percivale-Mihanovich, con profesionalismo, pero también con frivolidad, acercaban más el estilo al tono superficial y colorido de las revistas de actualidad"*.⁶

⁴ Verón, Eliseo; "La mediatización" en *Semiosis de lo ideológico y del poder*, Buenos Aires, Oficina de publicaciones de la UBA, 1997, p. 92.

⁵ Sirvén, Pablo; op. cit, p. 227.

⁶ Ibídem, p. 229.

Las características que impuso se han mantenido hasta el día de hoy y son significativas del modelo de noticiero en Argentina:

- Duración de una hora / una hora y media.
- Protagonismo de locutores y periodistas.
- Importancia de la forma de expresar la noticia.
- Espectacularidad de la información.
- Búsqueda del costado curioso de la noticia.
- Utilización de la noticia como forma de entretenimiento.

En su obra *Quién te ha visto y quién T.V*, Pablo Sirvén hace referencia tanto a la tendencia de realizar programas informativos con un estilo más elaborado y más entretenido, como al protagonismo de quienes los conducen: los periodistas. En este contexto argumenta:

*A partir de la nueva concepción no importa tanto lo que se dice sino cómo se dice; la espectacularidad de la información; su costado curioso o tierno; la noticia como una forma de entretener (...) El show periodístico siempre permite un mayor margen de maniobra que un estilo informativo más serio y apegado a la realidad.*⁷

Este *show* periodístico permitió a los noticieros adaptarse a los sucesivos cambios políticos que se producían en el país. Durante el gobierno militar, esa fórmula permitió abandonar las informaciones valiosas y centrarse en noticias de índole municipal, artística o periodística ganando espacio y audiencia. En cambio, el retorno a la vida democrática fue dotando a los noticieros de un abordaje realista y profundo de los conflictos y de los hechos.

Esta nueva forma de hacer periodismo le permitió seguir creciendo, aún después del retorno a la democracia. *Nuevediarario*, el noticiero de Canal 9, fue el que logró la mayor audiencia de la televisión Argentina. Adoptó un estilo que tendía a dividir a la vida misma en víctimas y victimarios de asesinatos, robos, violaciones y así los presentó: como morboso entretenimiento. A partir de 1985, con la llegada del productor periodístico Horacio Larrosa, este informativo puso en marcha dos recursos inéditos en los noticieros argentinos: esforzarse por llegar al lugar de los hechos en el mismo

⁷ *Ibídem.*

momento en el que estos se desarrollaban o provocar algo que pudiera ser elevado a la categoría de información. Para lograrlo, una vez en el lugar, los periodistas y los camarógrafos filmaban todo lo que sucedía y luego, por medio de la edición de imágenes y de sonido, se lograba rescatar los momentos más dramáticos (llantos, tragedias, gritos, amontonamiento de personas). La puesta en marcha de esta nueva forma de elaborar la noticia requería de una producción y organización previa de fuentes fundamentales como: la policía, llamados telefónicos, cartas y personas particulares (anónimos que brindan la primicia). “*Nuevediarario sorprende por sus premeditados contrastes, que lo hacen curioso y a la vez perverso*”.⁸

En esta etapa *Nuevediarario* se presenta en dos ediciones diarias: una hora al mediodía y una hora y media por la noche. Los contrastes entre notas de características amarillistas o enternecedoras son avaladas en tanto generen *rating* y este estilo se convierte en el eje central de la producción noticiosa.

En la misma etapa *Telenoche* -que recibió la denominación: Buenas Noches Argentina y Edición Especial- mantuvo su línea: duración de una hora (de 20 a 21 hs.), espectadores del nivel ABC₁ y sostenimiento de la pareja informativa.

Durante el gobierno de facto el conductor fue Daniel Mendoza. Al terminar la intervención la conducción quedó en manos de Sergio Villarroel y se sucedieron conductores como M. Ruiz Guiñazú y L. López Foresi.

En 1986 el regreso de Mónica Cahen D' Anvers llevó al noticiero a una nueva etapa. Además de la edición central, se incorporaron *flashes informativos* y programas especiales que extendieron la influencia de la labor informativa a todo el día.

En la década del '80, por el mediodía, Canal 13 mantuvo el noticiero *Realidad* (1980-1987). En él, además de la información presentada en forma sencilla y coloquial, se incorporaron algunas curiosidades tales como el horóscopo, cocina rápida y económica, salud y problemas barriales, entre otros. En el año 1988 fue reemplazado por *Redacción Abierta*.

Asimismo en 1987, se incorporó al género *Desayuno* que introdujo el noticiero por la mañana.

El final de la década de los '80 y los '90 vio avanzar y consolidarse a la pareja informativa conformada por Mónica Cahen D' Anvers y César Mascetti quienes establecieron una relación cómplice con el espectador. Esta conjunción de elementos

⁸ Ibídem, p. 220.

convirtió a *Telenoche* en el noticiero más exitoso de la televisión obteniendo de manera sucesiva el premio otorgado por la Asociación de Periodistas de la Televisión y Radiofonía Argentinas (Aptra).

La partida de los conductores en el año 2004 puso al informativo en una etapa de cambio que fue superada con la dupla informativa de Santo Biasatti y María Laura Santillán.

En el caso de Canal 11, a partir del Gobierno Radical, se puso al frente a Jorge Marchetti. Para fines de 1986 Álvarez se hizo cargo del control de los informativos, quien le dio un gran impulso a *Amanecer*, retomando la costumbre de poner en el aire un programa de noticias en las primeras horas de la mañana.

Al mediodía, *La Noticia (Primera Edición)* desarrolló un perfil más populista pero no tan amarillista –como los noticieros de Canal 13 y el de Canal 9– bajo la conducción de Juan Carlos Mendizábal y A. Rosas. Por la tarde, *La Noticia al Atardecer*, con Santo Biasatti, J. Marchetti y R. Maidana presentó un perfil político. Al cierre de la transmisión se presentaba una síntesis informativa –lectura de las noticias sin comentarios agregados–.

La llegada de Héctor Ricardo García a *Teledós* modificó la estructura informativa: se interpusieron en la programación *flashes informativos* y promociones publicitarias. Se transmitían tres ediciones de *Teledós Informa*: de 13 a 14:30 hs. conducido por Pinky; de 19 a 20:30 hs. con la conducción de J. C. Pérez Loizeau y O. Otranto y a la medianoche con R. Urtizberea. Dirigidos por Mario Gavilán (quien sería el mentor de *Nuevediarario*) trataron de diferenciarse de ese producto centrándose en cuestiones sociales y políticas y alejándose de la postura amarillista.

Según Pablo Sirvén “*El devenir informativo puso ante Gavilán tres episodios de magnitud, uno detrás de otro, tan pronto se hizo cargo de los noticieros del 2*”.⁹ El levantamiento de Aldo Rico, en enero de 1988, puso en marcha una cobertura tan amplia que superó a la competencia y llevó al rating del noticiero a alcanzar dos dígitos. En febrero de ese mismo año, la muerte de Alicia Muñoz y en Marzo la muerte de Alberto Olmedo los llevó a tomar una actitud amarillista (similar a la de *Nuevediarario*): decidieron mostrar una y otra vez los cadáveres de los dos famosos, para intentar ganar audiencia. Sus intentos para ir adquiriendo un perfil político opositor (a través de la columna periodística de Bernardo Neustadt y Urtizberea) fueron frenados por el

⁹ *Ibíd.*, p. 235.

gobierno de Raúl Alfonsín que, decididamente, puso en marcha elementos de presión tendientes a evitar la crítica sistemática a la labor del gobierno.

En los años '90, durante la presidencia de Carlos S. Menem, *América* fue consolidando el modelo tradicional de noticiero en el que se destacaba el periodista estrella que aportaba el saber (entablando con el espectador una relación didáctica): Néstor Ibarra y Llamas de Madariaga explicaban y ampliaban los temas más allá de su nota. Alternaban las presentaciones con la conductora femenina (quién ocupaba un lugar menos relevante).

América 21 (1997-1999) fue concebido según el formato tradicional que duraba una hora, con información objetiva y noticias sobrias que respondían al esquema formal básico.

En el nuevo siglo la edición central de las 19 horas fue virando esta situación gracias a la llegada a la conducción de Mónica Gutiérrez que lentamente fue ganando protagonismo siendo, actualmente, la figura principal del informativo.

Canal 7 -ATC- no se ha destacado a lo largo de la historia por el nivel periodístico de sus noticieros. Su etapa de gloria la vivió durante el último gobierno de facto (fines de los años '70 hasta la guerra de Las Malvinas) con la emisión de *60 Minutos* un informativo "leal" a la dictadura que era conducido por José Gómez Fuentes. El modelo era sencillo: notas frívolas, turísticas, dedicadas al mundo de las personas famosas, deportes, moda, entrevista a militares.

Después de la caída del régimen fue reemplazado por: *28 millones* –que luego se llamó *30 millones*– conducido por R. Maidana. Cada gestión (en la etapa de democracia) puso en pantalla proyectos propios pero ninguno contó con el apoyo del público.

Naturalmente, los cambios políticos que se producían en el país generaron modificaciones en la evolución de los noticieros y, en algunos, marcaron su perfil.

Pablo Sirvén afirma:

*Los noticieros de la TV argentina, ni falta hace decirlo, no conforman a nadie: ni a los funcionarios (...) ni a los no oficialistas (...) El público, a falta de otros, los sintoniza sin poder evitar cierta sensación de estar abundantemente informado sobre lo superfluo, en tanto lo verdaderamente importante o no aparece u ocupa un insignificante lugar.*¹⁰

¹⁰ Ibídem, p. 240.

1.2.2 Relación con los noticieros argentinos actuales

Los noticieros que se analizaron presentarían inicialmente rasgos característicos de la *Neotelevisión*. Este concepto, elaborado por Umberto Eco¹¹ en su obra *La estrategia de la ilusión*, sostiene que al comienzo de su historia la televisión era elaborada para todos los espectadores. Los programas eran de rápida obsolescencia, incluían géneros coincidentes con la lógica mediática y su contenido se basaba sobre la idea de relatar acontecimientos de gran relevancia para el país, tales como los actos del gobierno. Por ende, la *Paleotelevisión* era sumamente precaria y con escasa creatividad. Luego con la multiplicación de cadenas, con la privatización de los canales y con el desarrollo de nuevas tecnologías, surge la época de la *Neotelevisión*.

Esta transformación (que se inicia en Europa en los '80) llegó a Argentina al final de la década. Según Pablo Sirvén “...el proceso se inicia más tarde, con la *desregulación de los canales a partir de 1989, en el gobierno de Carlos Menem*”.¹² Dicha transformación se produjo debido a los cambios en las características del público, en consecuencia la oferta de los canales intentó adaptarse modificando los contenidos y formatos tradicionales de la programación.

1.2.3.1 Características de la *Neotelevisión*

Entre las características más destacadas de la *Neotelevisión* podemos resaltar la “*espectacularización de la información*”. Para lograrla se recurre a la borrosidad entre géneros y a la búsqueda de presentadores con una fuerte personalidad que manifiestan sus opiniones en forma sistemática. Este cambio ocurrió simultáneamente a la desaparición de la intervención estatal y la aparición de cadenas de televisión privadas que se hicieron cargo de la información y que sólo apuntaban a alcanzar logros económicos estableciendo a las ganancias como la primera condición en la acción del medio.

En esta nueva etapa la televisión desarrolla un proceso de autorreflexión, autocrítica y burla sobre sí misma. Se presenta como la “televisión de las emociones”; esto surge como consecuencia de la participación del público, que representa al

¹¹ Eco, Umberto; *La estrategia de la ilusión*, Argentina, Ed. Lumen, Ediciones de La Flor, 1988.

¹² Sirvén, Pablo, op. cit., pp. 29,30.

“hombre de la calle”. La televisión sufre un proceso de desmediatización, hay una exposición “sincera, ruda o bruta” de emociones y sentimientos. Las personas exponen, a la máxima publicidad, su intimidad.

Si se analiza desde el punto de vista sociológico, la participación se desarrolla en un género que combina elementos policiales, búsqueda de personas perdidas, familiares, etc. Por otro lado, aparecen profesionales dedicados a analizar los problemas psíquicos de las personas tratando de encontrar explicaciones lógicas para las situaciones que se exponen.

El factor tecnológico permite, en algunos casos, la “*enfaticación en directo*”, la presentación de la noticia en el momento en que se produce y con los protagonistas. De esta manera, la información es presentada mediante las mecánicas del show, se mezclan entrevistas, sondeos y debates, combinados con los datos que explican el hecho. Refiriéndose al espectador Marcela Farré afirma:

Las televisiones privadas ahora lo necesitan, viven de él. Lo buscan a través de preguntas directas o indirectas, de un presentador o promoviendo la participación por vía telefónica (...) las cámaras lo interpelan.”¹³

Durante el periodo de la *Paleotelevisión*, el interés de un canal se centraba en su objetivo de proporcionar un servicio informativo a la comunidad, por lo tanto la participación del público no existía.

Luego en la *Neotelevisión*, el noticiero se transforma en un producto que depende de su éxito comercial y del beneficio que este traiga. Por esta razón se presenta una contradicción ya que en el mismo programa debe instalarse un texto con valores informativos pero que priorice los intereses comerciales.

En síntesis, las categorías planteadas en la *Neotelevisión* que permiten realizar el análisis del corpus de investigación de la presente tesina son: la *espectacularización de la información*, la *enfaticación “en vivo y en directo” de los acontecimientos* y la *apelación a las emociones*.

En otro orden de cosas, en el modelo anterior no era condición fundamental manipular, artificialmente, las imágenes televisadas. A partir de la década del '70, los efectos especiales aparecen generalizados en la televisión y con estos las técnicas de edición para adornar las imágenes de la realidad y llamar la atención del espectador.

¹³ Farré, Marcela; *El noticiero como mundo posible: Estrategias ficcionales en la información audiovisual*, Buenos Aires, Ed. La Crujía, 2004, p. 50.

Roberto Grandi realiza una distinción entre la *Paleotelevisión* y la *Neotelevisión* y asegura que la *Paleotelevisión* posee tres formatos y principios de programación:¹⁴

- La educación
- El entretenimiento.
- La información.

Estos tres formatos pueden estar juntos, tal como sucede en la televisión europea, o separados, como lo hicieron la televisión norteamericana y la latinoamericana, de las décadas del '70 y '80.

Por otro lado, según este autor, la *Neotelevisión* posee dos macro-géneros básicos: Ficción y Realidad. La ficción al contar historias cumple funciones bárdicas (de ritual y de modelo de la realidad). En cambio el género realidad debe establecer relaciones entre: a) espectadores y realidad; b) la televisión y la realidad; c) espectador y televisión. Para él la desfiguración de las fronteras modernas entre lo privado y lo público, se da como consecuencia de estas funciones, ya que se confunden las fronteras entre los dos elementos.

En este sentido, *Telenoche* representa el modelo de noticiero de la *Neotelevisión*. El formato incluye una hora u hora y media (desde 2004)¹⁵ en la que los periodistas alcanzan un gran protagonismo. Para la producción es fundamental el “cómo” se dice, la estética del relato. En este caso, la presentación de la información puede estar pautada por un guión que sincroniza imágenes y palabras o presentada como juicios consumados, con tono irónico, de modo que se le de otro significado a las ideas expresadas.

Los protagonistas principales son la pareja informativa y a su vez hay locutores y periodistas que apoyan su labor y presentan informaciones específicas según distintas temáticas. Otro rasgo característico es la multiplicación de anuncios acerca de lo que vendrá en forma inmediata. Incluso se recurre a la cesión de la palabra de un presentador a otro, para darle mayor dinamismo al desarrollo de las noticias y lograr el encadenamiento de los contenidos. *Telenoche*, por ejemplo ha llegado a límites extremos al incluir como noticia del día una pelea de boxeo que estaba a punto de

¹⁴ Grandi, Roberto; “European Audiovisual Industries” en *Oportunities for popular culture, European Network for Media and Cultura Studies*, Barcelona, Intensive Programme UB/UAB, 1994, pp. 1-9.

¹⁵ En el 2004 la extensión del noticiero *Telenoche* llegó a alcanzar una hora y media de duración por el posicionamiento y el *rating* que lograba obtener en ese periodo de tiempo. Al extenderlo se buscaba mantener la audiencia cautiva con notas “atrayentes” con el fin de quitarle audiencia a una novela exitosa de otro canal. A partir del 2005, y debido a la falta de una competencia en la franja horaria de la emisión, la duración se fue reacomodando al horario tradicional de 20 a 21hs..

ocurrir en el programa de ficción que se emitía después del noticiero, en *prime time* (*Campeones de la Vida*, Canal 13, 1999). El año anterior, había llegado a insertar entre los testimonios de los “ciudadanos comunes” acerca de la crisis económica, a los personajes de *Gasoleros*, también una serie de ficción del *prime time*¹⁶ del canal y de la misma productora, Pol-Ka.¹⁷

En el caso de Canal 2 en el período de *América 21* conducido por Llamas de Madariaga y Denesse Pessana se mantenía el modelo de la *Paleotelevisión*: un conductor, jerárquicamente distanciado de su pareja femenina; la información, presentada sin cortes dando preponderancia a la continuidad; escasez de anuncios publicitarios; ausencia de evaluación de la información por parte del periodista-estrella. La noticia sólo era presentada desde una función explicativa y didáctica (característica señalada por Casetti y Odin como discurso televisivo anterior a la *Neotelevisión*).¹⁸

La puesta en pantalla de *América Noticias* comienza a revertir ese modelo y se acerca al nuevo paradigma. En nuevo horario, de 19 a 20 horas y con una pareja conductora con un alto nivel protagónico: la periodista Mónica Gutiérrez quien estuvo acompañada en forma sucesiva por Néstor Ibarra, Llamas de Madariaga y Guillermo Andino. A partir de entonces la estructura comienza a asemejarse al modelo impuesto por *Telenoche* desde los '90.

1.2.3.2 Información y ficción

Según Umberto Eco “*Hay una dicotomía fundamental a la que recurren de modo tradicional (y no del todo erróneo) tanto el sentido común como muchas teorías de la comunicación para definir lo real*”.¹⁹ A partir de esta definición, los programas televisivos pueden dividirse en dos grandes categorías. Por un lado, distingue los programas de información, en los que la televisión ofrece enunciados acerca de acontecimientos -ya sean deportivos, políticos, culturales, sociales o policiales- y en los cuales su autenticidad es independiente de la televisación. Por otro lado, señala los

¹⁶ Término que en la lengua castellana significa “horario central” el cual representa en la televisión el tramo horario que tiene la mayor cantidad de público, de anunciantes y, en consecuencia, las tarifas publicitarias más elevadas. Se encuentra establecido entre las 20 y las 24 horas.

¹⁷ Farré, M.; op. cit., p. 53.

¹⁸ Casetti, F.; Odin, R.; “De la paléo a la neo-televisión: un aproche semiopragmatique” en *Communications*, Número 51, Seuil, 1990, pp. 9-25.

¹⁹ Eco, Umberto, op. cit., p. 201.

programas de ficción o de entretenimientos (comedias, series, películas) donde el espectador acepta como cierto aquello que es una mera construcción ficticia de la realidad.

Eco asegura que: “... *el público espera que la televisión cumpla con su deber: a) diciendo la verdad, b) diciéndola según unos criterios de importancia y de proporción, c) separando la información de los comentarios*”.²⁰

Los programas televisivos utilizan estrategias para sostener la autenticidad de las noticias que desarrollan; así en ellos se mezcla –en forma indiscriminada– información y ficción; sin importar que el público logre distinguir entre noticias verdaderas e invenciones.

Actualmente la *Neotelevisión* intenta mostrar constantemente que está presente y que se encuentra conectada con el público que la está viendo en ese mismo momento. Hoy en día es muy común ver cómo los noticieros en sus coberturas informativas dejan ver los micrófonos o las cámaras en plena acción, con el objetivo de demostrar que están ahí, presentes, filmando para que el espectador tenga la posibilidad de ver la realidad.²¹

1.3 Estructura

El noticiero televisivo posee una duración de una hora, su emisión es diaria y tiene una organización en bloques, habitualmente cuatro, con una duración de quince minutos, pero en los casos analizados se puede observar que existe una tendencia a extender el primer y el segundo bloque para lograr atrapar al espectador a través de un desarrollo que sólo introduce las noticias centrales.

La producción del noticiero se basa fundamentalmente sobre el material -la noticia- que es aportado por tres servicios independientes: editorial, producción y recursos técnicos.²² La toma de decisiones recae fundamentalmente en el editor productor del programa quien es el jefe del equipo editorial y al cual el “Departamento de Noticias” le aporta los materiales para el trabajo.

²⁰ Ibidem.

²¹ Farré, M.; op. cit., p. 59.

²² Ibidem, p. 35.

La responsabilidad de la organización detallada recae en el sub-editor que se ocupa de inspeccionar la calidad y el tiempo. El control de calidad comienza con las instrucciones que este debe dar al personal de redacción del “Departamento de Noticias” que ordena cada elemento dentro de la estructura del programa. Posteriormente se revisa el texto definitivo que será transmitido (buscando continuidad, evitando repeticiones) manteniendo un lenguaje y estilo uniformes.

Su función consiste además, en depurar la información para impedir que se filtren ciertos errores, que pueden generar la pérdida de credibilidad a todo el programa. Debe controlar el tiempo para presentar toda la información en el periodo asignado; para ello, hará respetar rigurosamente cada intervalo. Deberá, además, controlar la inclusión imprevista de noticias de última hora, determinando qué material deberá suprimir.

Existe un “selector de notas”²³ que se ocupa de revisar los comunicados de las *agencias de noticias* y que los deriva a los redactores (después de una selección previa). El equipo de redactores del “Departamento de Noticias” está formado por periodistas. Su función es captar noticias y asignar coberturas a reporteros y camarógrafos. Estas personas organizan los componentes de la información que va a ser transmitida: seleccionan imágenes, redactan comentarios y lo hacen en contacto con reporteros y corresponsales. Cuando la información es compleja o extensa se pueden conformar equipos que trabajen bajo supervisión del profesional de mayor experiencia.

En la compaginación de las noticias participan técnicos que utilizan los efectos sonoros para añadirlos a las imágenes editadas, “...*el montaje tiene por objeto establecer la continuidad (...) uniendo los diferentes planos en un discurso temporal ininterrumpido*”.²⁴

Otro grupo del equipo de la producción se encarga de operar el cuarto de control del estudio desde donde se emiten todos los programas.

Los demás elementos necesarios para la emisión dentro del estudio son: el operador, que brinda al presentador la información para que pueda leerla aparentado que la expresa de memoria; los camarógrafos de estudio que operan las cámaras electrónicas proporcionando el enlace con los televidentes y el jefe de piso que se ocupa de supervisar toda la operación del estudio y de mantener un contacto permanente con los técnicos.

²³ Ibidem, p. 36.

²⁴ Torán, Enrique, *La información en TV*, Barcelona, Editorial Mitre, 1982, p. 65.

En el control de transmisión la máxima responsabilidad recae en el director de estudio que se encarga de coordinar los recursos. *"Su tarea principal es seguir de cerca el orden de la presentación, listo para dar la voz de alerta ante cualquier posible dificultad"*.²⁵ Los asistentes de producción ayudan a coordinar los elementos en el momento preciso, controlando el tiempo exacto de cada uno. El mezclador de imágenes (o editor) controla la consola que permite introducirlas según la selección realizada por el director. El ingeniero de sonido conjuga el material de audio que proviene de micrófonos, grabaciones, pistas sonoras, etc.

En particular, dentro de la producción actúan los diseñadores gráficos y artistas que elaboran los cuadros, gráficos o ilustraciones que se utilizan a lo largo del noticiero. Este material incluye mapas, cuadros, diagramas, letreros y títulos.

Asimismo, otro elemento a considerar es la dimensión correspondiente a la producción técnica. Aquí se destacan los editores de video que se ocupan de los resultados finales y el equipo técnico que está a cargo de mantener y operar los equipos. A ellos les corresponde la tarea de realizar transmisiones externas -generalmente en vivo- de hechos importantes. Deben poseer vehículos que transporten cámaras electrónicas tanto fijas como portátiles, cables, grabadoras, generadores, antenas de transmisión, etc.

La elaboración del noticiero implica como primera actividad la reunión de producción. En ella participan todos los productores quienes a través de sus opiniones ayudan a determinar los títulos del noticiero. El productor ejecutivo es quien toma la decisión de las noticias que se van a emitir y el orden en que serán emitidas. Además es el encargado de determinar el tratamiento de estas, indicando cuáles son las principales y cuáles accesorias. Por último, determina la duración que se le dedicará a cada una (si serán noticias extensas o breves). También se define a qué destinos serán enviados los móviles.

Ellos poseen el conocimiento de que el noticiero no puede ser una sucesión de noticias recolectadas al azar y que debe existir claridad sobre cuál será el acontecimiento más significativo del programa. Esto no implica que las informaciones deban estructurarse en una escala de valores descendente, ya que si cada una tuviera menor relevancia, se iría desalentando el interés por la permanencia en la agenda de noticiero. Sucede a la inversa que en la prensa escrita donde las noticias se presentan en

²⁵ Yorke, Ivor; *Periodismo en televisión*, México, Editorial Limusa, 1994, p. 189.

la tapa del periódico y luego se utiliza una estructura de valores descendentes a lo largo de las páginas. Allí se incluyen técnicas de redacción que responden a las formas habituales como: un título atrayente, un copete con información destacada y subtítulos, así como imágenes. Estos elementos permiten al lector hacer una lectura superficial y obtener un conocimiento poco específico del hecho. Por el contrario el noticiero se debe estructurar de manera tal que el espectador se mantenga interesado durante todo el programa. Para esto es necesario tener en cuenta la psicología de la audiencia ya que esta es la clave de la continuidad.

1.4 Las rutinas productivas

Las rutinas de producción están fuertemente influenciadas por las fuentes que aportan información y por la escasez de tiempo para el procesamiento dada la necesidad de la comunicación inmediata de los acontecimientos.²⁶ La reunión de producción se convierte en una etapa clave ya que es allí donde se decide el valor de cada acontecimiento.

Tal como explica Mauro Wolf en su libro *La investigación en la comunicación de masas*, los medios de comunicación organizan el trabajo para la producción del noticiero a través de fases entre las que se destacan:

- Recolección de material informativo
- Fuentes de información
- Selección y ordenamiento de las noticias
- Registro de imagen y sonido
- Elaboración del texto
- Montaje
- Sonorización
- Emisión

²⁶ Wolf, Mauro; *La investigación de la comunicación de masas: Crítica y perspectivas*, Barcelona, Ed. Paidós, 1987, p. 248.

1.4.1 Recolección del material informativo

En el periodismo televisivo la noticia llega a la mesa de producción y limita la posibilidad de ir en busca de noticias: “...ahora son las mismas noticias las que *“buscan” a los periodistas*”.²⁷ Se destaca la utilización de noticias de agencia y en menor proporción las de fuentes institucionales.

Así pues, los canales de recolección de la información están estructurados. En la mayoría de los casos los materiales son valorados y elaborados como noticias en las agencias que proporcionan la información. La redacción del noticiero recibe y reestructura esa información en función a los “valores-noticia” relativos al producto, al formato y al medio.

El proceso de recolección y valorización de la noticia se produce casi simultáneamente con el de estructuración de material. Esto surge como consecuencia de que las fuentes de la recolección son estables y suministran material que puede ser ingresado fácilmente por procesos productivos en la redacción. En este caso los periodistas sólo se limitan a realizar ajustes.

Otra necesidad es el hecho de disponer de abundantes noticias. Sería ideal tener información nueva, original, pero debido a la necesidad de organización que requiere la elaboración de rutinas, tienden a excluirse las novedades. La causa que motiva este fenómeno es que el noticiero requiere una programación que garantice tener suficientes noticias al momento de emitirlo. De allí que parte de la información que se presenta es conocida horas o días antes de la emisión al aire (Altheide, 1976, 67, citado por Mauro Wolf).²⁸

Una producción de calidad dependerá de la capacidad para poder determinar cuáles situaciones son “noticiables” y a partir de esto, asignar equipos a un determinado acontecimiento en lugar de otro. Además deberá tener en cuenta las fluctuaciones de la información a lo largo del día y del momento del año (por ejemplo, se producen menos acontecimientos “noticiables” durante el período de verano) para disponer del material suficiente en el desarrollo de la emisión.

²⁷ Ibídem, p. 249.

²⁸ Altheide, 1976 en Ibídem, p. 250.